

Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC
Centro Sócio Econômico - CSE
Departamento de Economia e Relações Internacionais - CNM

MÁRIO FERREIRA MISK

CAVALO MANGALARGA MARCHADOR NO BRASIL:
Apreçamento, Política de Risco e Estratégias de Criação

FLORIANÓPOLIS

2014

MÁRIO FERREIRA MISK

**CAVALO MANGALARGA MARCHADOR NO BRASIL:
Apreçamento, Política de Risco e Estratégias de Criação**

Monografia submetida ao curso de Ciências
Econômicas da Universidade Federal de Santa
Catarina como requisito obrigatório para a
obtenção do grau de Bacharelado.

Orientador: Eraldo Sérgio Barbosa da Silva

FLORIANÓPOLIS

2014

MÁRIO FERREIRA MISK

CAVALO MANGALARGA MARCHADOR NO BRASIL:

Apreçamento e Estratégias de Criação

A Banca Examinadora resolveu atribuir a nota 9,5 ao aluno Mário Ferreira Misk na disciplina CNM 7107 – Monografia, pela apresentação deste trabalho.

Banca Examinadora:

Prof. Dr. Eraldo Sérgio Barbosa da Silva
Orientador

Prof. Dr. Francis Carlo Petterini Lourenço
Membro da Banca

Prof. Helberte João França Almeida
Membro da Banca

AGRADECIMENTOS

Gostaria de agradecer a minha família por todo apoio ofertado durante minha vida acadêmica na Universidade Federal de Santa Catarina, principalmente ao meu pai, João Luiz, o qual me incentivou desde o início na elaboração deste trabalho, ficando aqui a minha dedicação deste feito à ele. Agradeço a minha mãe, Elizabeth, por toda a estrutura familiar proporcionada a mim durante toda a minha trajetória e pela educação concedida nesta vida. Ao meu padrasto, Xandi, pelos grandes ensinamentos e dicas de “como se virar” e por acreditar no meu potencial. Aos meus irmãos, André, Xandinho e Mariana por todas as risadas que demos juntos, proporcionando um ambiente mais feliz.

Gostaria de agradecer também ao meu orientador, Prof. Sérgio da Silva, pelo esforço de flexibilizar seu tempo para atender as minhas necessidades referentes à este trabalho, compreendendo as dificuldades de tempo, as quais se tornaram irrelevantes, dado a eficiência dos encontros.

Aos meus amigos, os quais formam a minha segunda família. Com vocês a vida fica mais fácil de se levar. Obrigado por todos os momentos.

“My favorite things in life don’t cost any money. It’s really clear that the most precious resource we all have is time.”

(Steven Paul Jobs)

RESUMO

O mercado de criação de cavalos mangalarga marchador no Brasil vem ganhando destaque dada a proporção financeira gerada pelas transações dentro deste segmento. O agronegócio cavalo vem girando bilhões de reais por ano na economia brasileira, sendo importante aprofundar estudos nesta área. A grande quantidade de agentes entrantes no setor chama a atenção em relação a noção de negócio na criação desta raça, uma vez que existem agentes ativos a mais de 20 anos com fortes estratégias de criação definidas, gerando, assim, uma certa dificuldade para estes novos criadores. Este trabalho faz a análise, principalmente utilizando uma perspectiva comportamental, de como é formado o preço dos cavalos mangalarga marchador, com o objetivo de definir quais as variáveis mais impactantes na formação deste preço, repercutindo no auxílio para a formação de estratégias de criação para os novos entrantes e para criadores existentes os quais buscam maiores rendimentos para seu negócio. Além de assessorar na definição de tais estratégias, será analisado o perfil quanto ao padrão de risco destes agentes para que estas sejam bem direcionadas, tanto aos criadores, os quais são mais expostos ao risco, quanto para os mais avessos ao risco.

Palavras-chave: cavalo mangalarga marchador, economia comportamental, apreçamento, estratégia de criação, risco.

ABSTRACT

The Mangalarga Marchador market in Brazil has been obtaining a strong emphasis given the proportion generated by the financial transactions within this segment. The horse agribusiness has been generating billions of dollars per year in the Brazilian economy, making it an important area for studies. The large number of new members draws attention towards the notion of business in creating this breed, once there are active creators for over 30 years with strong creation strategies defined, making it more difficult for the new incoming members. This paper makes an analysis, especially using a behavioral perspective, on how the Mangalarga Marchador price is formed, aiming which are the most important variables for this price elaboration, reflecting on a horse creation strategy plan support for the new members and for the existing members who seek for higher yields for their business. Besides supporting to define strategies, it will be analyzed the member's risk profile so these strategies can be well directed, as for the creators who are most at risk, as well for the who are risk averse.

Keywords: Mangalarga Marchador horse, behavioral economics, pricing, creation strategies, risk.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1	Morfologia do Cavalo	15
Figura 2	Associados ABCCMM	21
Figura 3	Tempo de Criação	21
Figura 3	Critério morfologia	22
Figura 4	Critério genética.....	22
Figura 5	Critério andamento.....	23
Figura 6	Critério saúde	23
Figura 7	Critério premiação.....	23
Figura 8	Critério <i>marketing</i>	24
Figura 9	Critério haras de origem.....	24
Figura 10	Critério pelagem.....	25
Figura 11	Divulgação em redes sociais	25
Figura 12	Leilão vs Proprietário.....	26
Figura 13	Embriões vs Animal Adulto.....	26

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1	Evolução do total arrecadado em leilões (R\$).....	15
Gráfico 2	Evolução do número de associados	21

LISTA DE TABELAS

Tabela 1: Números para leilões. A tabela apresenta a estatística de leilões realizados em relação a produtos comercializados.	11
Tabela 2: Números para associados.	12
Tabela 3: Classificação das variáveis no apreçamento do cavalo	20

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	3
1.1 TEMA E PROBLEMA DE PESQUISA	3
1.2 OBJETIVOS	4
1.2.1 Objetivo Geral	4
1.2.2 Objetivos Específicos	4
1.3 JUSTIFICATIVA	4
1.4 METODOLOGIA	5
2 REFERENCIAL TEÓRICO	7
2.1 O CAVALO MANGALARGA MARCHADOR	7
2.2 VARIÁVEIS IMPACTANTES NO PREÇO	8
2.3 PERFIL DO CRIADOR NA ÓTICA DA ECONOMIA COMPORTAMENTAL	8
2.4 ELABORAÇÃO DE ESTRATÉGIAS ADAPTATIVAS	8
3 O CAVALO MANGALARGA MARCHADOR NO BRASIL	10
3.1 INTRODUÇÃO AO SEGMENTO	10
3.2 EVOLUÇÃO DOS NÚMEROS	11
4 SELEÇÃO DE PERGUNTAS PARA APLICAÇÃO DE QUESTIONÁRIO	14
4.1 PERGUNTAS INTRODUTÓRIAS	14
4.2 ORIGEM E JUSTIFICATIVA DAS VARIÁVEIS SELECIONADAS PARA EXPLICAR FORMAÇÃO DO PREÇO	14
4.2.1 Morfologia	15
4.2.2 Genética	16
4.2.3 Andamento	16
4.2.4 Saúde	16
4.2.5 Premiação	17
4.2.6 Marketing	17
4.2.7 Haras de Origem	17
4.2.8 Pelagem	18
4.3 SELEÇÃO DE PERGUNTAS PARA DEFINIÇÃO DE PERFIL DO CRIADOR	18
4.3.1 Redes Sociais	18
4.3.2 Perfil Comportamental: antecipação dos possíveis problemas	19

5 RESULTADOS	20
5.1 COMENTÁRIOS	20
6 DISCUSSÃO DOS RESULTADOS	27
6.1 APREÇAMENTO SEGUIDO DE ESTRATÉGIAS DE CRIAÇÃO	27
6.2 PERFIL COMPORTAMENTAL	29
6.2.1 O Excesso de Otimismo: Novos Associados	29
6.2.2 Política de Risco sub-ótima: Criadores experientes	30
6.2.3 Estratégias de Criação a Partir da Política de Risco	31
7 CONSIDERAÇÕES FINAIS	33
REFERÊNCIAS	34

1 INTRODUÇÃO

1.1 TEMA E PROBLEMA DE PESQUISA

No que se refere ao agronegócio, muito pouco é conhecido sobre o mercado de equinos no Brasil. Segundo a Confederação da Agricultura e Pecuária do Brasil, se movimentam em torno de R\$ 7,3 bilhões anuais na economia brasileira, juntamente a aproximadamente 641 mil empregos diretos, valor este “seis vezes mais do que a indústria automotiva e 20 vezes mais do que a aviação civil, outros importantes setores da economia brasileira,” e 3,2 milhões indiretos (CNA, 2004) sendo notável o grau de importância deste setor para a economia deste país (GUERRA; MEDEIROS, 2006).

A partir da identificação da relevância do setor, e da falta de estudos na área, este trabalho visa avaliar um ramo específico da “Indústria do Cavalo” do Brasil, sendo este o da raça Mangalarga Marchador. Esta raça é considerada uma das principais do Brasil, tanto pela robustez de seu quadro societário na Associação Brasileira dos Criadores do Cavalo Mangalarga Marchador (ABCCMM), quanto pela movimentação financeira gerada pela sua comercialização e quanto a característica do cavalo Mangalarga Marchador, por ser um animal que chama a atenção no que diz respeito ao seu cômodo andamento e grande resistência. A escolha de trabalhar com a raça Mangalarga Marchador teve princípio na maior facilidade de captação de dados, via o fácil acesso a criadores existentes, visto que a associação é uma das mais estruturadas e de maior credibilidade do país, com sócios ativos e interessados em colaborar com pesquisas, as quais possam impactar positivamente em suas estratégias e agregar conhecimento ao setor.

Partindo do aumento significativo do número de associados na ABCCMM a cada ano, e conseqüentemente da quantidade de haras existentes, o que infere numa maior dinâmica econômica no setor, destaca-se como problema de pesquisa neste trabalho: Quais as variáveis determinantes na formação do preço dos cavalos Mangalarga Marchador no Brasil, seus condicionantes, resultados e impactos nas estratégias exercidas por criadores?

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo Geral

Analisar as variáveis determinantes para a formação de preço dos cavalos Mangalarga Marchador no Brasil, e através de uma perspectiva comportamental, auxiliar na formação de estratégias para os criadores deste mercado.

1.2.2 Objetivos Específicos

- a) Realizar levantamento de dados através de preenchimento de formulário com criadores da Associação Brasileira de Criadores do Cavalo Mangalarga Marchador e simpatizantes;
- b) Comentar as respostas do formulário;
- c) Identificar e ranquear as variáveis mais relevantes que refletem no preço final do produto e o perfil comportamental dos criadores;
- d) Auxiliar na elaboração de estratégias de criação, direcionando a criadores com determinadas características comportamentais.

1.3 JUSTIFICATIVA

Dada a crescente inserção de criadores de cavalo no mercado da raça Mangalarga Marchador no Brasil, há consequentemente um crescimento da concorrência neste setor, o que gera a necessidade de diferenciação do produto. Uma maneira notada de se praticar esta diferenciação, foi a de estipular diferentes estratégias com foco no que resulta maior rentabilidade. Visto a necessidade de haver um estudo econômico mais específico para o ramo, esta análise buscará auxiliar a entrada de novos criadores de modo a nortear e de certa forma diminuir as barreiras de entrada no setor dadas pela falta de informação e referências.

A importância desta análise se dá de modo a esta ser pioneira no assunto, ao trazer conhecimento econômico para este ramo específico do setor de equinocultura no Brasil. Deste modo, a qualidade dos dados obtidos se destaca, uma vez que a sua obtenção origina-se de fontes primárias via questionário com criadores da raça.

Buscando conhecer um pouco mais sobre o perfil destes criadores, perguntas específicas foram elaboradas para compor o questionário, identificando, assim, diferentes tipos de investidores presentes na criação do Mangalarga Marchador.

Diante deste quadro, entende-se a necessidade de estudar possíveis impactantes na formação do preço do produto final, atribuindo diversas importâncias para cada variável, resultando no foco de diferentes estratégias das existentes atualmente no mercado. O resultado deste Estudo poderá contribuir para o entendimento de qual a estratégia de maior eficiência, para que se atinja a maior rentabilidade possível através do foco nas variáveis de maior importância na formação de preço do cavalo Mangalarga Marchador direcionadas a criadores com diferentes perfis de comportamento.

1.4 METODOLOGIA

O alcance de resultados satisfatórios através de métodos propostos é objetivo fundamental da ciência. Uma vez em que se parte do campo das ideias, transitando para a conclusão da pesquisa, têm-se a finalização da análise. Partindo deste ponto, a metodologia da pesquisa é a guia necessária para classificar a análise com base nos procedimentos a serem seguidos na pesquisa, seus objetivos gerais e abordagens (GIL, 2007).

O objetivo geral desta pesquisa é voltado a análise das variáveis determinantes para a formação de preço dos cavalos Mangalarga Marchador no Brasil, procurando proporcionar maior familiaridade com o tema, tornando-o mais explícito e possibilitando a descoberta de intuições. Sendo assim, esta pesquisa possui caráter exploratório, segundo Gil (2002). Neste caso, a pesquisa envolve: (a) levantamento bibliográfico; (b) entrevistas com pessoas que tiveram experiências práticas com o problema pesquisado; e (c) análise de exemplos que “estimulem a compreensão” (SELLTIZ et al., 1967, p. 63).

O problema de pesquisa será tratado de forma quantitativa e qualitativa quanto a sua abordagem. Quantitativa no que se refere a parametrização de pesos definidos por diversas variáveis captadas para fundamentar as análises qualitativas. Será estudado a relação de diversos fatores, tais como: morfologia do animal, genética, andamento, saúde, premiação, marketing, haras de origem e pelagem. A intenção é justificar a constituição do preço do animal dada esta relação.

Com o intuito de designar os fatores que serão realmente determinantes para a formação do preço, os objetivos específicos serão abordados através de pesquisa bibliográfica e levantamento de dados que permitam a caracterização do objetivo geral.

Para o primeiro objetivo, será realizado um levantamento de dados através de aplicação de questionário “*google forms*” com criadores já inseridos no mercado, os quais pertencem ou não a Associação Brasileira dos Criadores do Cavalo Mangalarga Marchador. O levantamento possibilitará, segundo Gil (2002), um conhecimento direto da realidade, uma vez que não há subjetivismo por parte dos pesquisadores; economia e rapidez, pois questionários possuem custos baixos e serão moldados de forma à serem efetuados de maneira rápida; e quantificação, dado a possibilidade de extrair os dados da pesquisa e molda-los em tabelas para uma melhor compreensão. Quanto as limitações do levantamento, encontram-se: não acesso a caixa eletrônica constantemente por parte de todos os criadores, uma vez que são na maioria fazendeiros muitas vezes sem acesso a internet; e limitada apreensão do processo de mudança, pois o que será levantado através das entrevistas pode num futuro não ser mais levado em conta como fonte de dados fidedigna, dada possíveis mudanças estruturais do setor.

Com relação ao segundo objetivo, haverá a necessidade de avaliar os dados coletados no formulário de coleta de dados, pois considerando os moldes de criação do Mangalarga Marchador, os resultados devem tender a seguir um padrão encontrado em fontes bibliográficas através de (MANGALARGA MARCHADOR, 2014). Dada esta limitação, buscar-se-á atingir, também, criadores associados na raça com mais experiência, pois estes expressarão opiniões mais coerentes com a prática.

Para o terceiro objetivo, com base nos resultados obtidos com o levantamento de dados, será feita uma média ponderada para identificar o *score* de cada uma das variáveis contidas no questionário. À partir deste *score*, será realizado um *raking* das variáveis, as quais impactam no preço final do produto, comparando o resultado a características encontradas em fontes bibliográficas através de (CNA, 2014), (GUERRA; MEDEIROS, 2006) e (MANGALARGA MARCHADOR, 2014). O perfil comportamental dos criadores, terá como base o levantamento de dados feito para o primeiro objetivo, contando com uma análise de perfil de risco em KAHNEMAN (2011).

No que diz respeito ao quarto e último objetivo, dadas as opiniões obtidas no levantamento de dados, a formação de estratégias será assessorada para uma melhor e mais eficiente maneira de gerir e controlar a criação de cavalos de forma a atingir uma melhor criação do animal visando maior receita e satisfação do criador. As estratégias terão base em periódicos do tema como e (BASS, 2012).

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 O CAVALO MANGALARGA MARCHADOR

Desde o Brasil colonial, o cavalo foi um dos grandes responsáveis junto ao homem pela descoberta e exploração do território nacional, juntamente a sua utilização para serviços e em alguns casos na guerra. No que diz respeito a origem do cavalo Mangalarga Marchador, tem-se conforme VENTUROLI e NICOLINI (2011):

Há dois séculos, Gabriel Junqueira, o Barão de Alfenas, queixava-se na Corte de sacudir as vísceras pelas estradas reais em cavalos trotões, até que foi presenteado pelo imperador Pedro I com um magnífico garanhão Alter Real. Dedicou-se então a criar uma raça que tivesse versatilidade para o trabalho nas fazendas e também fosse confortável para percorrer longas distâncias. Daí surgiu a raça Sublime, que depois deu origem ao Mangalarga Marchador, o qual se tornou o cavalo tipicamente brasileiro. (p. 2)

Na medida em que os anos passaram, o número de cavalos foi se expandindo, e paralelamente o cavalo Mangalarga Marchador. No ano de 2004, tinha-se uma média de 19,1 milhões de reais movimentados por ano com leilões, no que diz respeito a todos os segmentos de raça de cavalos no Brasil (CNA, 2004). Já no ano de 2011, só na raça Mangalarga Marchador, foram realizados 130 leilões, movimentando em torno de 100 milhões de reais com a vendas de mais de 7.000 animais da raça. Neste mesmo ano a associação contava com 6.020 sócios, se consagrando como a maior associação de cavalos na América Latina (VENTUROLI; NICOLINI, 2011).

A perceptível expansão do setor atraiu novos investidores, porém ainda não há um bom entendimento da população quanto a indústria equestre. Com o material formulado pela Confederação da Agricultura e Pecuária do Brasil, “espera-se que, a partir deste estudo, novas políticas – de crédito, sociais, de fomento, entre outras – venham a ser formuladas para apoio, desenvolvimento e consolidação do Complexo do Agronegócio Cavalo no Brasil” (CNA, 2004). Assim, o presente estudo vem ao encontro do apoio a materiais de análise já existentes com o intuito de consolidar academicamente a área.

2.2 VARIÁVEIS IMPACTANTES NO PREÇO

As variáveis impactantes para a constituição do cavalo ideal podem ser entendidas como as qualidades que se admira na própria raça humana: força, beleza, caráter, elasticidade, energia, lealdade, coragem, vigor, virilidade e fertilidade (VENTUROLI; NICOLINI, 2011).

A partir deste entendimento, a análise contará com pesquisas em fontes primárias para determinar especificamente quais variáveis podem ser entendidas como fundamentais na composição do preço de um cavalo mangalarga marchador. Muitas das variáveis listadas acima não propiciam maneiras para a sua mensuração, uma vez que se tratam de qualidades abstratas, implicando na necessidade de listar variáveis compatíveis a uma análise quantitativa, evoluindo para um foco qualitativo.

2.3 PERFIL DO CRIADOR NA ÓTICA DA ECONOMIA COMPORTAMENTAL

O perfil comportamental de criadores de cavalos Mangalarga Marchador para o entendimento do resultado obtido do levantamento de dados quanto as variáveis impactantes no preço do animal é de suma importância para o desenvolvimento desta análise. A economia comportamental vem ao encontro a percepção de risco dos criadores para as suas estratégias de criação, uma vez que estes possuem diferentes comportamentos frente às negociações existentes no setor, no que diz respeito a compra e venda de animais prontos, embriões, óvulos e sêmens.

Havendo o entendimento dos diferentes conceitos de risco que serão apresentados, será possível analisar melhor possíveis maneiras para auxiliar criadores na formulação de suas estratégias. Em relação a noção de características do risco, “...é custoso ficar avesso ao risco para ganhos e atraído pelo risco para perdas.” (KAHNEMAN, 2011, p. 238),

2.4 ELABORAÇÃO DE ESTRATÉGIAS ADAPTATIVAS

Visando a eficiência na criação de cavalos Mangalarga Marchador, desde a correta alimentação dos animais, até a elaboração logística ideal do haras em que os mesmos vivem, seja a partir da quantidade de pastos, da irrigação correta de cada pasto, do local da pista de treinamento, das quantidade e local das baias, etc., o foco das estratégias de criação devem

estar voltados aos critérios estabelecidos pela ABCCMM, no que se diz respeito às competições, uma vez que um animal premiado é muito valorizado.

Tendo em vista que os juízes das provas envolvendo os cavalos Mangalarga Marchador estabelecem os critérios avaliativos das competições, o criador deve estar sempre atualizado. Uma vez que com o passar o tempo estes critérios podem estar sofrendo mudanças, passa a existir a necessidade de adaptação por parte dos criadores no que tange o modo de criação e treinamento dos animais. Sendo assim, as estratégias elaboradas inicialmente devem possuir um cunho adaptativo, pois: “Os negócios não devem ter estratégias com um único foco, mas sim cultivar e gerenciar *populações de estratégias múltiplas que evoluem com o passar do tempo*” (BEINHOCKER, 2002, p. 137).

O mesmo autor, em artigo escrito intitulado “Estratégias Adaptativas Consistentes,” enfatiza a importância das populações de estratégias para a adaptação flexível de um negócio objetivando o sucesso, como explicado à seguir:

Uma população de estratégias adaptativas mantém uma série de opções abertas ao longo do tempo, minimizando compromissos irreversíveis e de longo prazo. Estratégias consistentes e adaptativas sacrificam de bom grado o foco, a certeza aparente, a eficiência e a coordenação que as estratégias tradicionais proporcionam, em prol da flexibilidade e de uma maior probabilidade de sucesso (p. 137).

O objetivo da inserção deste conceito neste trabalho é de qualificar as estratégias existentes neste setor de modo à mudanças decorrentes impactarem cada vez menos nos negócios existentes, uma vez que a adaptação por parte dos criadores passa à ser notada.

3 O CAVALO MANGALARGA MARCHADOR NO BRASIL

3.1 INTRODUÇÃO AO SEGMENTO

O segmento de cavalos mangalarga marchador está inserido na indústria de equinos, a qual está colocada como um ramo da agricultura e pecuária no Brasil. Este segmento de cavalos é considerado um dos principais da América Latina no que diz respeito a consolidação de números de associados na Associação Brasileira dos Criadores de Cavalos Mangalarga Marchador (ABCCMM), a qual administra a raça no Brasil e com parcerias no exterior.

De acordo com a (MANGALARGA MARCHADOR, 2014), segue:

A história da ABCCMM começou a ser contada em 16 de julho de 1949, no Parque de Exposições da Gameleira, por um grupo de aficionados, que batizou a entidade na época de Associação dos Criadores do Cavalo da Raça Mangalarga. Decorridos 35 anos, em abril de 1984, ela ganha o nome que mantém até hoje: Associação Brasileira dos Criadores do Cavalo Mangalarga Marchador (ABCCMM) (p.13).

É notório nesta raça de cavalos a docilidade do animal, não havendo problemas em se relacionar desde crianças até idosos, sendo outro diferencial e atrativo para criadores de cavalo. Alguns fazendeiros, os quais mexem com lida de gado, utilizam da grande capacidade do marchador de percorrer longos percursos, pois estes possuem um nível de resistência muito alto, sendo isto mais o conforto da cavalgada uma junção de elementos que tornam este o cavalo ideal para se trabalhar com o gado.

O ano de 2014 foi considerado como um grande marco para os criadores da raça, uma vez que foi sancionada a lei, a qual considera a raça como nacional, Lei nº 12.975. Além desta lei, no que diz respeito à números do setor para este ano, segundo a ABCCMM, a associação conta com mais de 9 mil associados, com 66 núcleos no Brasil e com representações no exterior com núcleos na Alemanha, Itália, Estados Unidos e Argentina. Quanto ao plantel de animais, existem registrados 407.699 animais na raça vivos e 491.926 animais entre mortos e vivos. Relacionando números de eventos oficializados no ano de 2013, totalizaram 201 eventos com 12.061 expositores. Para leilões, o número impressiona, pois no ano de 2013 ocorreram 192 leilões cancelados, mais vendas diretas entre criadores com faturamento total de R\$ 272.894.053,62. Neste valor estão mensurados 12.354 produtos vendidos, com média de R\$ 22.089,53 por produto vendido em leilões, totalizando R\$ 103.953.328,30 em leilões e

R\$ 168.940.725,44 em animais transferidos fora de leilões. Neste ano de 2013, no que diz respeito aos animais mais valorizados, teve a égua Única Kafé em leilão com 50% de seus direitos negociados a incríveis R\$ 750.000,00.

3.2 EVOLUÇÃO DOS NÚMEROS

Através de contato direto com a ABCCMM, os números em relação a quantidade de associados, juntamente a quantidade e rentabilidade de leilões ao longo dos anos, foram fornecidos pela associação, de forma a acompanharmos abaixo:

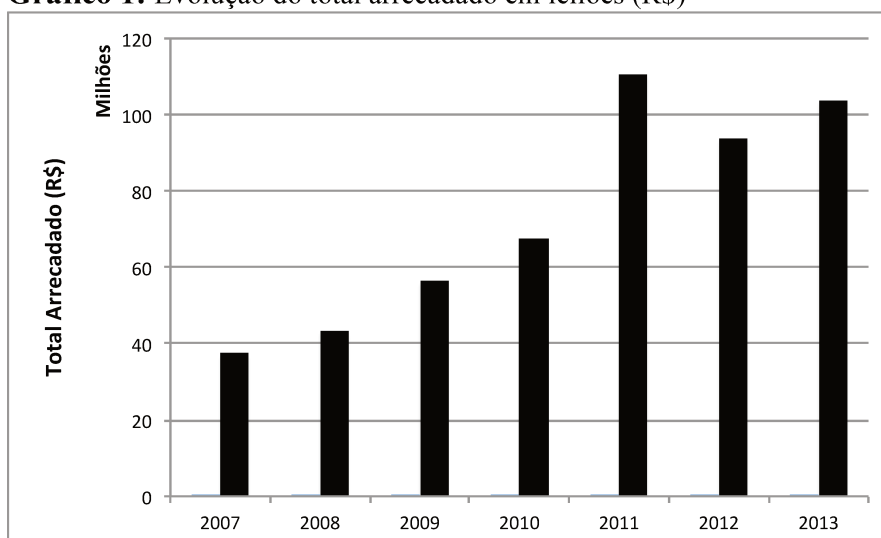
Tabela 1: Números para leilões. A tabela apresenta a estatística de leilões realizados em relação a produtos comercializados.

Ano	Nº de leilões	Qtdd. Produtos Comercializados	Média por Produto	Total Arrecadado
2014	15	742	16.903,31	12.542.256,02
2013	192	4.706	22.089,53	103.953.328,30
2012	145	4.164	22.575,14	94.002.876,75
2011	125	3.908	28.332,19	110.722.217,40
2010	75	3.188	21.122,58	67.338.795,49
2009	75	2.803	20.192,56	56.599.752,00
2008	51	2.085	20.922,67	43.623.776,85
2007	50	2.017	18.537,47	37.390.075,65
<i>Média Total</i>	<i>102</i>	<i>3.267</i>	<i>21.967,45</i>	<i>73.375.831,78</i>

FONTE: Elaboração própria, a partir de dados fornecidos pela ABCCMM.

* 2014: Projeção com base no realizado janeiro – julho 2014

Conforme demonstrado acima, é possível observar a tendência crescente do montante total arrecadado em leilões ao longo dos anos, juntamente ao número de leilões, que praticamente quadruplicou em 6 anos. Em relação ao preço médio do produto, este mostrou tender a uma certa estabilidade, uma vez que as médias anuais tem um pequeno desvio quando comparadas a média total. Para melhor analisarmos, segue abaixo o Gráfico 1, o qual permite a percepção do aumento do montante total arrecadado em leilões.

Gráfico 1: Evolução do total arrecadado em leilões (R\$)

FONTE: Elaboração própria, a partir de dados fornecidos pela ABCCMM.

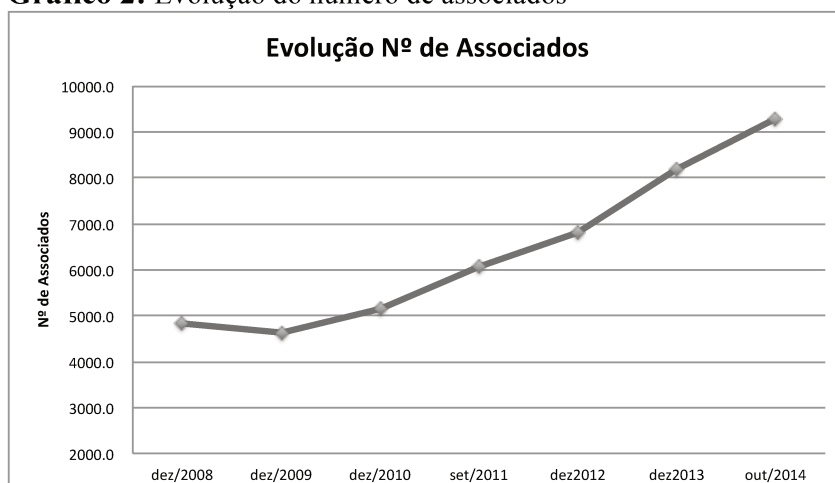
Prosseguindo com a análise da Tabela 2, a mesma contempla apenas números para leilões, os quais muitas vezes correspondem a aproximadamente 50% do montante total negociado no ano neste setor, sendo os outros 50% negociados diretamente entre criadores e suas vendas registradas na ABCCMM.

Tabela 2: Números para associados

Mês/Ano	Nº de Associados
dez/2008	4.825
dez/2009	4.629
dez/2010	5.165
set/2011	6.053
dez2012	6.817
dez2013	8.181
out/2014	9.272

FONTE: Elaboração própria, a partir de dados fornecidos pela ABCCMM.

Para analisarmos os números acima da Tabela 2 com mais clareza, podemos observar o Gráfico 2, conforme segue:

Gráfico 2: Evolução do número de associados

FONTE: Elaboração própria, a partir de dados fornecidos pela ABCCMM.

Já em relação ao número de associados na ABCCMM/ano, é possível observar um aumento abrupto crescente, uma vez que de 2013 para 2014 o número de novos associados/mês ultrapassa a casa dos 100, conforme a Tabela 2, indicando uma forte inserção de novos investimentos para o setor para os próximos anos, norteados assim para a importância do setor para a economia brasileira.

Prosseguindo com a análise da Tabela 2, a mesma contempla apenas números para leilões, os quais muitas vezes correspondem a aproximadamente 50% do montante total negociado no ano neste setor, sendo os outros 50% negociados diretamente entre criadores e suas vendas registradas na ABCCMM.

4 SELEÇÃO DE PERGUNTAS PARA APLICAÇÃO DE QUESTIONÁRIO

4.1 PERGUNTAS INTRODUTÓRIAS

Com o objetivo de conhecer o perfil do criador, o qual está respondendo ao questionário proposto, duas perguntas introdutórias foram formuladas:

- *É sócio na ABCCMM?*
- *Tempo de criação:*

A primeira pergunta teve como princípio conhecer se os integrantes da amostra são de fato associados da ABCCMM, pois dado o tema trabalhado neste trabalho, é fundamental estarmos debatendo o tema com uma população amostral já inserida no mercado de cavalos mangalarga.

Para a segunda pergunta, visando aprofundar a determinação de perfil dos criadores que responderam o questionário, foram relacionados intervalos de tempo de criação para que os mesmos pudessem selecionar a opção desejada, sendo possível assim, determinar a preferência para com as variáveis determinantes para o apreçamento do cavalo por parte dos novos membros e de associados de longa data.

4.2 ORIGEM E JUSTIFICATIVA DAS VARIÁVEIS SELECIONADAS PARA EXPLICAR FORMAÇÃO DO PREÇO

Para a formulação do questionário para o levantamento de dados, foram selecionadas as seguintes variáveis:

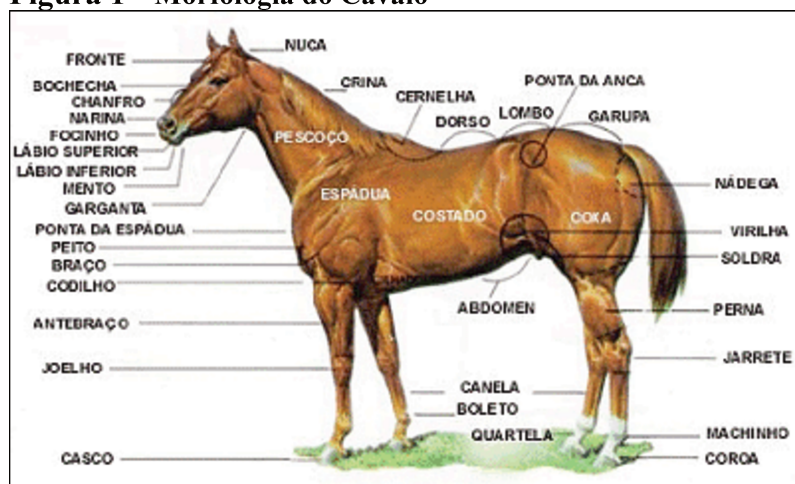
- (a) *Morfologia;*
- (b) *Genética;*
- (c) *Andamento;*
- (d) *Saúde;*
- (e) *Premiação;*
- (f) *Marketing;*
- (g) *Haras de Origem;*
- (h) *Pelagem.*

Esta seleção teve base em entrevistas com criadores experientes, novos criadores e critérios avaliados por juízes da ABCCMM em competições oficiais da associação. Compreendendo um pouco mais a importância e motivo da seleção e cada uma das variáveis listadas, é necessário compreendê-las mais a fundo.

4.2.1 Morfologia

O critério morfológico é um dos mais importantes a serem considerados no estudo devido a caracterização da raça mangalarga marchador possuir um padrão racial a ser seguido, como, segundo MANGALARGA MARCHADOR (2014), damos especial atenção para a altura de cernelha que, em machos, deve estar entre 1,47 a 1,57 metros e nas fêmeas entre 1,40 a 1,54 metros. Entendendo a estrutura física do cavalo, segue a Figura 1 abaixo para melhor compreensão.

Figura 1 – Morfologia do Cavalo



FONTE: Página Morfologia do Cavalo no Fórum Equestre¹

Mantendo a importância desta variável para o estudo, uma das principais modalidades de competições do cavalo mangalarga marchador é a competição de morfologia, uma vez que são julgados os cavalos que mais se assemelham ao padrão perfeito da raça.

¹ Disponível em: <http://alentrems.omeuforum.net/t8-morfologia-do-cavalo;>. Acesso em out. 2014.

4.2.2 Genética

Ao longo dos anos, o cavalo mangalarga marchador vai passando por seleções genéticas com o objetivo de estar refinando o melhor da raça em termos genéticos alinhados ao bom andamento, boa característica morfológicas, entre outras características do padrão da raça. Uma boa genética de um cavalo se traduz por uma boa seleção de seus pais, uma vez que estes possuem outros filhos campeões, a possibilidade deste cavalo ser um campeão aumenta. Ter uma boa genética significa, então, aumentar as possibilidades de que o produto seja um exímio marchador, e/ou possuir excelentes características morfológicas, implicando assim, no possível aumento do preço deste produto, e para mensurar isto, esta variável foi selecionada para ser estudada neste trabalho.

4.2.3 Andamento

Considerada a característica diferencial da raça, o andamento, no que diz respeito a marcha, é uma das características mais palpáveis do cavalo mangalarga marchado, pois esta qualidade permite um maior conforto ao usuário ao montar no animal para cavalgadas de longas distância principalmente.

A articulação diferenciada do marchador permite com que o mesmo tenha um contato mais suave com o solo, uma vez que o atrito vai diminuindo a cada articulação que passa, até chegando no montador, garantindo por fim uma cavalgada mais confortável. Sendo esta a característica marcante da raça, isto foi determinante para a escolha desta variável para analisar o que os criadores da raça avaliam na importância de um bom andamento para a formação do preço do animal

4.2.4 Saúde

Uma das grandes importâncias de possuir um bom cavalo, é que o mesmo esteja em condições excelentes de saúde , uma vez que a “...ABCCMM pactua com a opinião dos médicos veterinários e, desde 2005, adota o controle antidoping no maior evento que realiza, a Exposição Nacional. O objetivo: preservar a integridade física dos animais e dar transparência as disputas em pista” (MANGALARGA MARCHADOR, 2014, p.118). Visto o grau de relevância desta característica ao cavalo, esta foi uma variável selecionada para ser discutida no estudo.

4.2.5 Premiação

Um dos sonhos de quem cria o cavalo mangalarga marchador é algum dia ter a chance de colocar o seu animal em uma competição oficial da ABCCMM e ter a oportunidade de ver seu animal ser premiado, uma vez que o objetivo do criador seja este. A premiação permite que o preço do animal seja valorizado, e o que é muito curioso, é que não apenas o animal premiado ganha com isto, mas também os pais biológicos do animal, pois isto caracteriza que seus pais possuem uma boa genética e fertilidade para a produção de novos animais. Esta variável foi selecionada ao estudo por ser determinante na formação do preço do animal, uma vez que um grande título pode ser fundamental na variação de preço do mesmo.

4.2.6 Marketing

De acordo com MANGALARGA MARCHADOR (2014), o presidente da ABCCMM, Magdi Shaat diz o seguinte:

A reputação e o valor de uma marca se fazem pelas qualidades do produto, mas também por sua fixação simbólica, como objeto de desejo, na mente do consumidor. É a “imagem”, a que tanto aludimos, que faz toda a diferença nos momentos de escolha de um produto ou de uma marca.

Aplicados ao cavalo, tais conceitos de marketing nos levam a refletir sobre o que vimos na última Exposição Nacional. Levamos muitos anos construindo uma reputação irretocável do nosso cavalo (p. 7).

Indo ao encontro desta citação do presidente, um dos árbitros da associação, Breno Corrêa e Castro, também cita o planejamento de marketing e comercialização como fundamentais na criação do cavalo mangalarga marchador, dizendo: “Sabemos que nesse mercado onde a oferta tem sido cada vez maior, é importante buscar uma diferenciação e esse planejamento será muito importante para se alcançar bons resultados.” (MANGALARGA MARCHADOR, 2014, p.66). Dadas estas informações, esta foi considerada uma variável interessante para se considerar na elaboração do questionário para levantamento de dados.

4.2.7 Haras de Origem

Muitos criadores recém entrantes no setor de criação do mangalarga marchador optam por começar a sua criação com alto nível, ou seja, decidem por adquirir produtos advindos de haras reconhecidos pelo desenvolvimento de grandes animais campeões, animais com boas práticas de criação e com excelente seleção genética. Para isto, decidem por pagar um pouco

mais pelo produto, porém com a certeza de estar realizando uma ótima compra em termos de qualidade, para dar início a uma criação possível de fazer frente com os grandes da raça. Dado este ponto, o haras de origem do cavalo comercializado pesa para a formação de preço do mesmo, no que diz respeito a comercialização do animal. Com o objetivo de realizar uma mensuração deste impacto no preço, esta variável foi selecionada para compor o quadro das variáveis selecionadas para o estudo.

4.2.8 Pelagem

De acordo com Mário Lúcio, criador do cavalo mangalarga há mais de 30 anos, através de entrevista pessoal, foi dito que no início, há alguns anos atrás, o cavalo mangalarga marchador tinha uma característica monocromática, o que não permitia tanto a expansão da comercialização do mesmo. A partir do momento que uma série de cruzamentos foram realizados, a raça começou a ser mais valorizada entre criadores existentes e chamou atenção de outros criadores, os quais decidiram se associar a ABCCMM para poder comercializar este cavalo. Esta característica foi selecionada para ser discutida no estudo, com objetivo de analisar a opinião dos criadores para com a cor do pelo do animal em relação a preferencias de cor encarecer ou não o produto.

4.3 SELEÇÃO DE PERGUNTAS PARA DEFINIÇÃO DE PERFIL DO CRIADOR

4.3.1 Redes Sociais

Analisando o potencial do mercado, buscou-se conhecer como estão as divulgações em redes sociais por parte dos criadores. Muitos dos associados são fazendeiros, não possuindo muitas vezes acesso a internet, dado esta limitação, este trabalho visou mensurar como está este mercado frente ao marketing digital, devido a forte inserção do público a internet nos últimos anos, é fundamental que os criadores existentes no setor há algum tempo tenha acesso a este mercado digital para seguir com fortes estratégias de divulgação de seus produtos, visando maior rentabilidade e prestígio entre os criadores e ao público em geral.

4.3.2 Perfil Comportamental: antecipação dos possíveis problemas

Para a questão comportamental discutida neste estudo, buscou-se extrair dos criadores questões referentes a aquisição de seus produtos. Primeiramente em relação ao meio em que o produto é adquirido, seja via leilões ou diretamente com proprietários. Em segundo, em relação à “o quê” os criadores tem preferência em adquirir, seja embriões ou animais adultos.

Ligando estas questões ao que irá ser discutido no estudo, há duas classes de problemas, as quais vão em sentidos opostos:

- 1) excesso de otimismo, levando a excesso de entradas, por parte de novos criadores no ramo;
- 2) e política de risco sub-ótima, que geralmente leva aos criadores correrem riscos insuficientes.

Para o caso 1, excesso de otimismo, este está voltado para os novos membros associados na ABCCMM. Associado ao excesso de otimismo estão, a ignorância da visão de fora e da taxa base.

A visão de fora contempla observar, não apenas a própria capacidade, mas aceitar a possibilidade que outros agentes são igualmente capazes. Ignorar a visão de fora tem como consequência a entrada no mercado por novos criadores e por fim ao não sucesso do empreendimento planejado.

A taxa base refere-se ao fato de que os novos membros devem observar quantos agentes já tentaram se aventurar neste empreendimento, analisando seus resultados.

Para o caso 2, política de risco sub-ótima, este está voltado para os criadores já alocados no mercado há algum tempo.

O questionário busca relacionar os dois casos acima, justificando a análise deste estudo.

5 RESULTADOS

5.1 COMENTÁRIOS

A Tabela 3 foi elaborada a partir dos resultados obtidos para cada variável selecionada. O cálculo do *score* de cada variável foi feito a partir da média ponderada e o peso foi atribuído conforme a ordem de importância no impacto do preço final do produto, sendo:

$$\text{Score da variável} = (\text{peso } 5 \times \text{número de seleções}) + (\text{peso } 4 \times \text{número de seleções}) + (\text{peso } 3 \times \text{número de seleções}) + (\text{peso } 2 \times \text{número de seleções}) + (\text{peso } 1 \times \text{número de seleções})$$

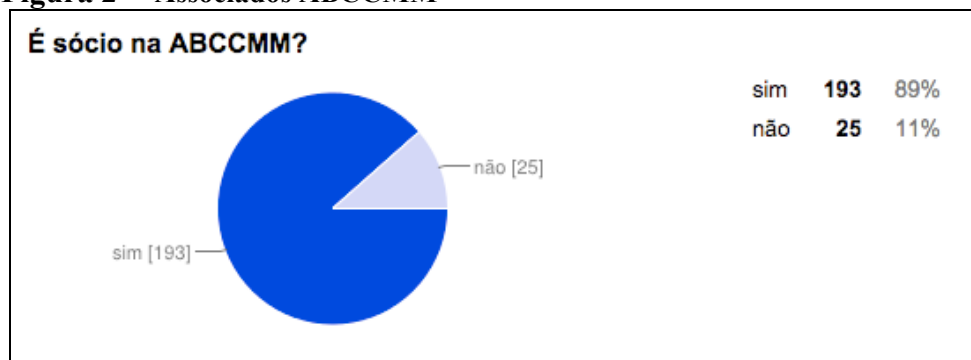
Tabela 3: Classificação das variáveis no apreçamento do cavalo

Classificação	Variável	Score
1	Andamento	1062
2	Genética	984
3	Saúde	980
4	Morfologia	952
5	Premiação	804
6	Haras de Origem	758
7	Marketing	735
8	Pelagem	726

FONTE: Elaboração própria, a partir de dados extraídos do questionário Análise da Precificação de Cavalos Mangalarga Marchador no Brasil

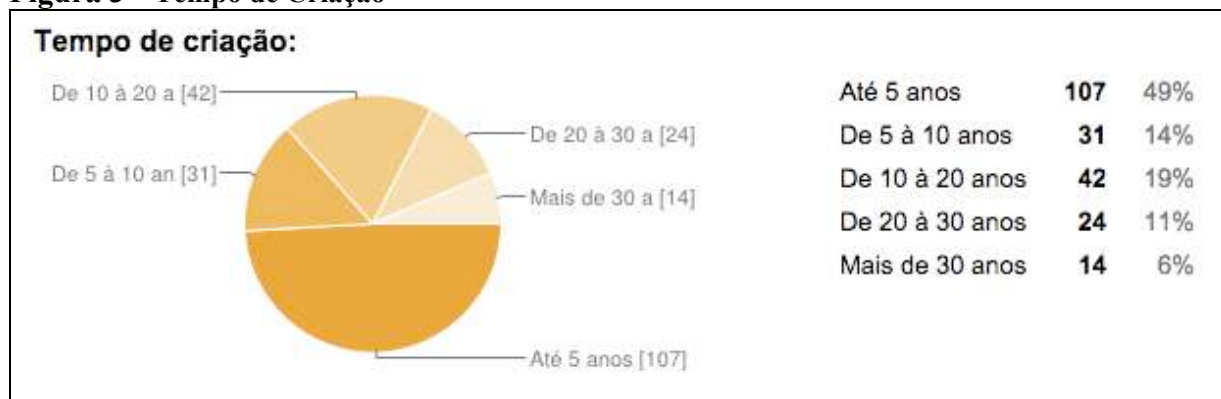
Nota-se a ordem de importância das variáveis selecionadas para com a formação de preço do cavalo mangalarga marchador de acordo com criadores, tendo como a mais impactante o andamento e de menor impacto a pelagem do animal.

No que se refere a quantidade de associados na ABCCMM, da amostra coletada pelo questionário, é possível verificar na figura 2 que 89% são sócios e 11% não são, levando a crer que estes são muito próximos a associação, uma vez que estão dentro do mailing, no qual o questionário foi enviado, com possibilidade de serem veterinários, administradores de haras, etc.

Figura 2 – Associados ABCCMM

FONTE: *Google Forms* – questionário Análise da Precificação de Cavalos Mangalarga Marchador no Brasil

Buscando analisar o perfil dos criadores que responderam o questionário, através da figura 3 é possível observar que 49% são novos membros da associação, estando estes neste há até 5 anos. Criadores com 5 à 10 anos de criação corresponderam a 14% da amostra, de 10 à 20 anos de criação corresponderam a 19%, de 20 à 30 anos 11% e por fim com mais de 30 anos de criação corresponderam 6% do total coletado.

Figura 3 – Tempo de Criação

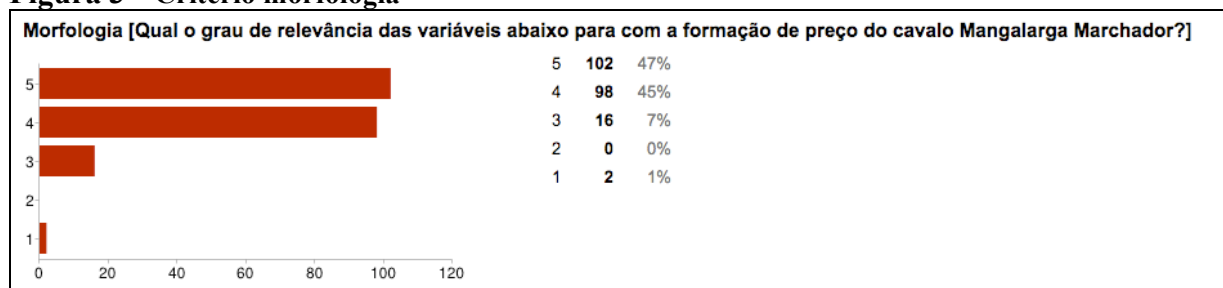
FONTE: *Google Forms* – questionário Análise da Precificação de Cavalos Mangalarga Marchador no Brasil

Da figura 3 até a figura 10, foram coletados dados referentes à opinião dos criadores frente cada uma das variáveis, determinando quais são mais impactantes para a formação do preço do cavalo mangalarga marchador. Quanto ao nível do impacto, este foi classificado da seguinte forma com base na “escala *likert*”:

- 1 – Não impacta
- 2 – Indiferente
- 3 – Pouco importante
- 4 – Importante
- 5 – Muito importante

Na figura 3, quanto ao critério “morfologia,” 47% relacionou seu voto para o nível 5, 45% para o nível 4, 7% ao nível 3, 0% ao nível 2 e 1% ao nível 1.

Figura 3 – Critério morfologia



FONTE: *Google Forms* – questionário Análise da Precificação de Cavalos Mangalarga Marchador no Brasil

Para a figura 4, no critério “genética,” 64% dos criadores se inclinaram para o nível 5, ao passo que 28% para o nível 4, 6% para o nível 3, 1% ao nível 2 e 2% ao nível 1. Para esta variável, é muito nítida a importância atribuída por parte dos criadores.

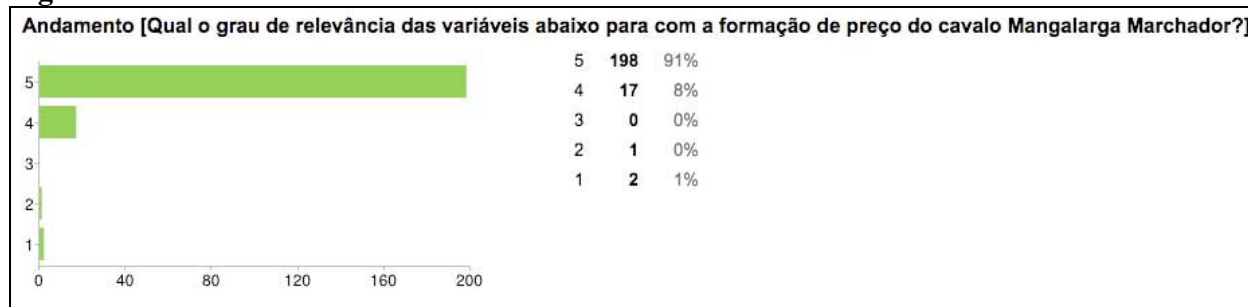
Figura 4 – Critério genética



FONTE: *Google Forms* – questionário Análise da Precificação de Cavalos Mangalarga Marchador no Brasil

A figura 5 nos mostra a variável, na qual foi atribuído maior *score*, e para compreender isto, ao observar a figura, é possível notar que 91% dos votos foram destinados ao nível 5, 8% ao nível 4, 0% para os níveis 3 e 2 e 1% ao nível 1.

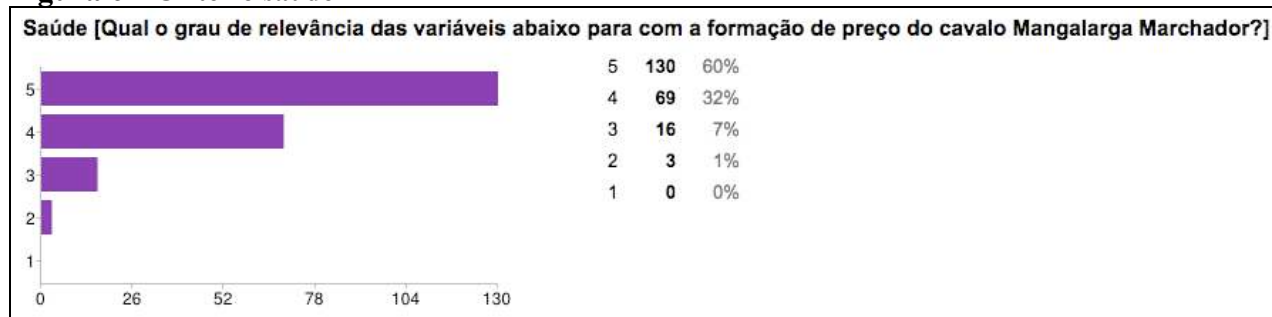
Figura 5 – Critério andamento



FONTE: *Google Forms* – questionário Análise da Precificação de Cavalos Mangalarga Marchador no Brasil

Para o critério “saúde,” 60% dos votos foram destinados ao nível 5, 32% ao nível 4, 7% ao nível 3, 1% ao nível 2 e por fim 0% ao nível 1.

Figura 6 – Critério saúde



FONTE: *Google Forms* – questionário Análise da Precificação de Cavalos Mangalarga Marchador no Brasil

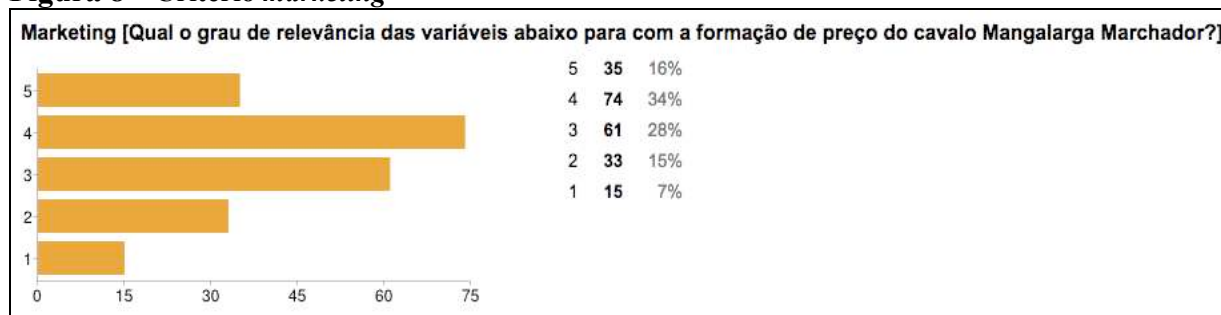
Figura 7 – Critério premiação



FONTE: *Google Forms* – questionário Análise da Precificação de Cavalos Mangalarga Marchador no Brasil

A figura 7 retrata os votos direcionados para a variável “premiação,” sendo apenas 22% destes, voltados ao nível 5, 38% ao nível 4, 31% ao nível 3, 8% ao nível 2 e 2% ao nível 1.

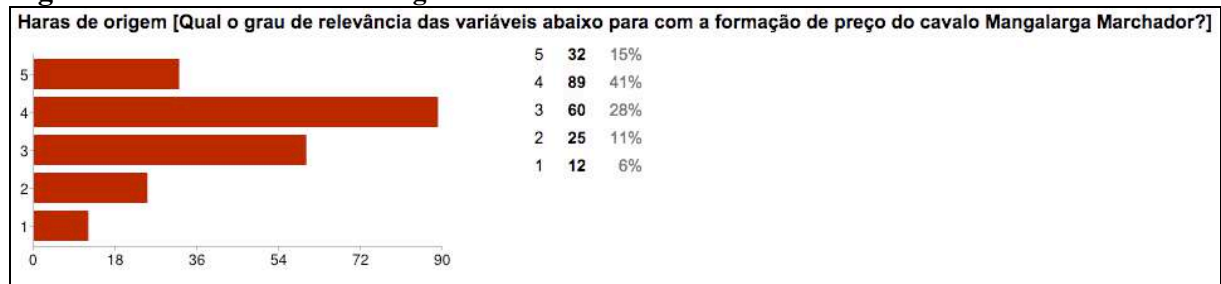
Figura 8 – Critério *marketing*



FONTE: *Google Forms* – questionário Análise da Precificação de Cavalos Mangalarga Marchador no Brasil

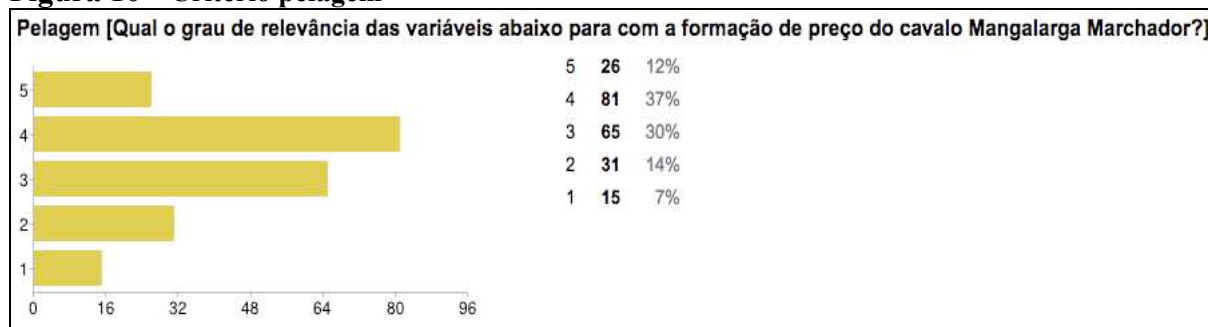
Para o marketing, foram direcionados 16% dos votos para o nível 5, 34% ao nível 4, 28% ao nível 3, 15% ao nível 2 e 7% ao nível 1.

Figura 9 – Critério *haras de origem*



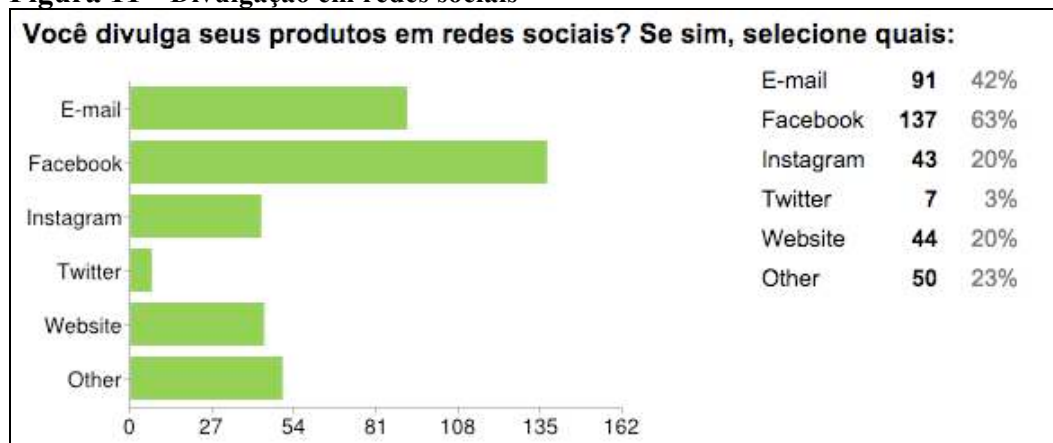
FONTE: *Google Forms* – questionário Análise da Precificação de Cavalos Mangalarga Marchador no Brasil

Quanto a variável “haras de origem,” esta contou com 15% dos votos direcionados ao nível 5, 41% ao nível 4, 28% ao nível 3, 11% ao nível 2 e finalizando com 6% ao nível 1. Nota-se a importância de um animal ter como origem um haras renomado.

Figura 10 – Critério pelagem

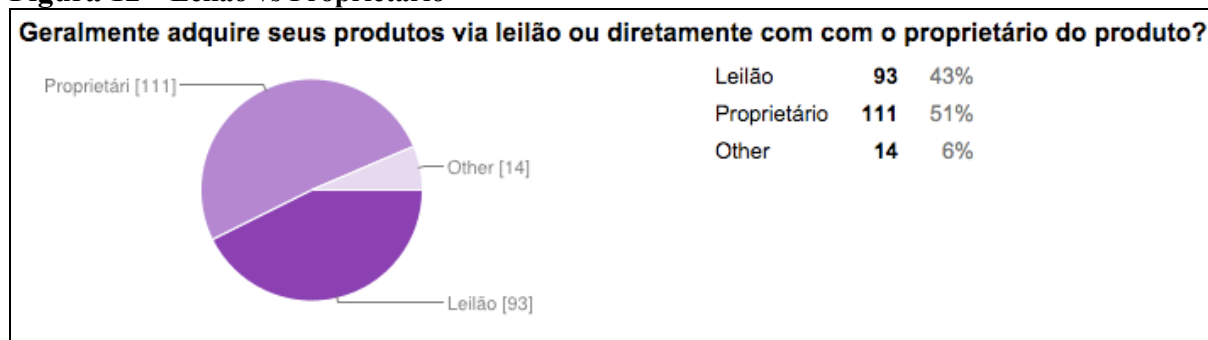
FONTE: *Google Forms* – questionário Análise da Precificação de Cavalos Mangalarga Marchador no Brasil

Por fim, o critério “pelagem,” contou com o menor score, sendo atribuídos 12% das decisões para o nível 5, 37% ao nível 4, 30% ao nível 3, 14% ao nível 2 e 7% ao nível 1.

Figura 11 – Divulgação em redes sociais

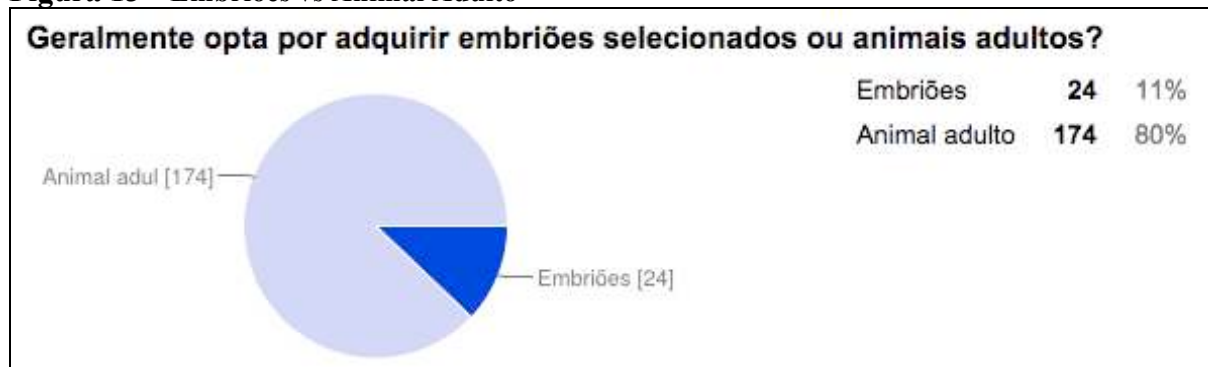
FONTE: *Google Forms* – questionário Análise da Precificação de Cavalos Mangalarga Marchador no Brasil

A divulgação dos produtos em redes sociais foi mensurada a partir de seleções por parte dos criadores, com mais de uma opção de escolha, refletindo assim aos números visualizados na figura 11. Para a utilização de e-mail para divulgação de produtos, leilões, etc. 91 criadores se inclinaram a praticar tal divulgação. 137 criadores divulgam no *facebook*, 43 no *instagram*, 7 no *twitter*, 44 em *websites* e 50 em outras redes sociais.

Figura 12 – Leilão vs Proprietário

FONTE: *Google Forms* – questionário Análise da Precificação de Cavalos Mangalarga Marchador no Brasil

A figura 12 expressa a distribuição das preferências do meio de aquisição de produtos por parte dos criadores, de maneira a ser verificado que 43% dos criadores adquirem seu produto via leilão, 51% diretamente com os proprietários dos produtos e 6% de outra maneira.

Figura 13 – Embriões vs Animal Adulto

FONTE: *Google Forms* – questionário Análise da Precificação de Cavalos Mangalarga Marchador no Brasil

Seguindo na mesma linha no que diz respeito a aquisição de produtos, a figura 13 demonstra que na grande maioria das vezes, criadores optam por adquirir animais adultos (80%) a embriões (11%).

6 DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

6.1 APREÇAMENTO SEGUIDO DE ESTRATÉGIAS DE CRIAÇÃO

Muito se sabe sobre o cavalo mangalarga marchador no tangente as suas características de marcha, morfologia, docilidade e resistência. São estas características suficientes para explicar o preço destes animais? De acordo com o questionário realizado com 218 agentes entre criadores e pessoas muito próximas ao setor, foi possível ter base em algumas variáveis para conhecer um pouco mais da visão destes criadores em termos da importância de cada variável na formação deste preço conforme demonstra o capítulo 5 deste estudo.

Retomando a Tabela 3, têm-se a variável andamento como vencedora, sendo vista como a mais importante em relação ao impacto no preço do animal. Considerando que a característica principal do cavalo mangalarga marchador é a marcha, o andamento é tido como o diferencial da raça. Estratégias de criação devem ser norteadas para a seleção de animais com excelentes qualidades de andamento, seja por via de seleção genética, ou por via de seleção de animais com bom padrão de andamento, os quais possibilitam que o criador extraia novos produtos que possuam tais características da mesma maneira ou com chances de até ultrapassar positivamente estas qualidades.

Como dito nesta última sequência de possibilidades, a genética é de fundamental importância, pois permite que seleções genéticas, ou seja, a cruz de dois produtos de alta qualidade, tem uma possibilidade de gerar excelentes produtos, os quais poderão futuramente gerar grandes receitas, seja por via da comercialização do mesmo, ou por via de vendas de sêmen, no caso do produto ser um macho, ou óvulo, no caso do produto ser fêmea. Para Breno Corrêa e Castro, ao escrever sobre *Profissionalização na Criação de Equinos em MANGALARGA MARCHADOR* (2014), “o planejamento reprodutivo é um dos pontos mais importantes dentro de um haras, pois está diretamente relacionado à melhoria do plantel e à produção de animais, embriões, óvulos e sêmen destinados à venda.” Tomando como referencia a Tabela 3, nota-se que a variável genética encontra-se em segundo lugar de importância. Neste sentido, estratégias devem ser formadas pelo criador no sentido de ter uma boa percepção dos produtos existentes no mercado, acompanhar eventos chancelados pela

ABCCMM para ter uma noção dos animais *tops*² do momento e por fim negociar estes tipos de animais para formar um excelente produto.

Animais não saudáveis são complicados de serem comercializados, mesmo sendo um animal, o qual possui grandes características de marcha, e/ou morfologia, caso este esteja com a saúde debilitada, a sua negociação torna-se muito difícil, impactando negativamente no preço. Comparando o resultado obtido no questionário com este fato, é notória a importância desta variável, estando ela em terceiro lugar do *ranking*. Para estratégias nesta área, é aconselhado um planejamento nutricional, pois um exemplo disto é “a necessidade de suplementação concentrada para atender aos objetivos de desempenho dos animais.” Além disto, “é necessário conhecer as características da propriedade como: topografia, tipos de solo, espécies forrageiras, recursos hídricos, tamanho da área, etc.” (MANGALARGA MARCHADOR, 2014, p.65 e pg.66).

Atendendo a características de morfologia, esta é uma variável que consiste numa boa seleção genética para ser bem desenvolvida, além do correto casqueamento com ferraduras, o qual permite correções morfológicas no animal. Os criadores que formaram a amostra do questionário consideraram a morfologia como a quarta variável de maior importância na formação de preço, implicando assim para a noção de que a seleção genética, além de dever ser direcionada ao bom andamento do animal, também é indicada a tender a um animal com grandes qualidades morfológicas.

A premiação de animais foi uma variável colocada no estudo que chamou a atenção no que diz respeito ao grau de importância atribuído pelo levantamento de dados, uma vez que este possuiu o nível 3, não importante, com 31% das escolhas. Geralmente o sonho de um criador é possuir um animal campeão, porém para isto é necessário antes possuir um bom andamento, uma boa genética, ser um animal saudável e possuir um bom grau morfológico dado o padrão da raça, de acordo com o questionário aplicado, pois este critério ficou em quinto lugar da pesquisa, o que faz sentido frente as variáveis consideradas mais importantes que esta.

Para a produção e criação de um ótimo produto, é indicado que o mesmo possua uma oportunidade de ser criado num bom ambiente físico, com a estrutura necessária para suprir todas as necessidades que um cavalo *top* exige. Neste sentido, cavalos que originam-se de haras com um bom padrão de criação, com ambientes estruturados, tornam-se visados nos olhos de outros criadores no sentido de comercialização de produtos. Esta característica vem

² Termo em inglês que se compreende por “topo,” sendo o sentido da frase referente a animais que estão no topo das competições.

na sequencia na Tabela 3, em sexto lugar, não sendo tão importante quanto as outras variáveis já mencionadas, porém de origem fundamental para a formação de um produto ideal.

O *marketing*, como já dito, é muito importante no que tange a imagem do cavalo, pois é esta característica que possibilita uma maior amplitude no alcance do maior número possível de interessados no produto, repercutindo, assim num maior número de ofertas comerciais, seja em leilões ou em comercializações diretas com criadores. Trazendo para a análise a Figura 11, é notável a presença destes criadores em redes sociais para divulgar seu produto. Tendo em vista o envio deste formulário foi feito via e-mail, há um viés neste sentido de captar dados de criadores os quais possuem acesso mais frequente a seus e-mails e consequentemente, os quais possivelmente utilizam mais redes sociais como maneira de comercialização e divulgação de seus produtos. A importância desta variável vem no sentido de manter divulgações recorrentes de seus produtos para que outros criadores estejam atualizados sobre o seu plantel, facilitando assim a comercialização destes produtos.

Como última variável considerada na importância para com a formação de preço do animal, a pelagem vem mais como uma questão estética nos tempos atuais de criação da raça, pois passou-se a época da necessidade de manter as cores em uma escala heterogênea, fugindo do monocromático com o intuito de atrair criadores ao setor. Com a contínua entrada de novos membros associados, esta característica pode ser dada com um grau de importância menor em relação as outras variáveis, porém aconselha-se a por motivos já explicados, manter uma certa variedade de cores em relação ao pelo dos animais no plantel de criadores da raça.

6.2 PERFIL COMPORTAMENTAL

6.2.1 O Excesso de Otimismo: Novos Associados

No que diz respeito ao número de novos associados inclusos na amostra para o levantamento de dados, este estudo considera que criadores com até 5 anos de criação são considerados novos no setor, estes que correspondem a 49% da amostra do questionário. A alta entrada de novos membros para a criação de cavalos mangalarga marchador infere num excesso de otimismo no setor, de acordo com análises comportamentais. Um excesso de otimismo implica na ignorância da visão de fora e da taxa base. Para a visão de fora, visto que mensalmente um número acima de 100 pessoas está se associando a ABCCMM, deve-se levar

em conta pelos agentes entrantes no setor, que assim como ele, existem muitos outros agentes que possuem a mesma competência que ele ou até superior. No quesito obtenção de lucro, este excesso de otimismo torna-se uma questão não muito favorável para a criação e comercialização do cavalo mangalarga marchador dada esta maior concorrência do setor.

Já em relação a taxa base, pela falta de divulgação de demonstrativos de resultado de exercício, os quais “são ferramentas que auxiliam muito nas tomadas de decisões e permitem verificar a saúde da empresa,” torna-se mais complicado entrar com investimentos num ramo, no qual não existem comprovações de sucesso financeiro por parte de criadores já existentes no mercado há muitos anos (MANGALARGA MARCHADOR, 2014 p.66). Dada esta informação, o excesso de otimismo que domina o setor acaba indo em contramão, de forma a ignorar a existência de uma taxa base entrando, deste modo, no setor de criação de cavalos mangalarga marchador no Brasil.

6.2.2 Política de Risco sub-ótima: Criadores experientes

Para a definição de política de risco no setor, o estudo deve-se pautar nos resultados demonstrados através das Figuras 12 e 13.

A Figura 12 apresenta um equilíbrio na preferencia de criadores em adquirir produtos diretamente com proprietários (51%) ou via leilão (43%). Repartindo o estudo nas preferências dos agentes entrantes no setor com menos de 5 anos de criação, 56% destes, tendem a adquirir seus produtos via leilões, ao passo que 44% prefere negociar diretamente com os proprietários do produto. Para agentes já existentes no mercado, com mais de 20 anos de criação, a situação se inverte, com 41% dos criadores com preferencia na aquisição de suas mercadorias em leilão e com 59% destes negociando diretamente com o proprietário do produto. Para explicar esta situação, é possível salientar que novos membros possuem pouco contato, o que consequentemente, torna mais difícil qualquer negociação direta com proprietários do produto, ao passo que agentes já pertencentes ao setor possuem uma gama forte de contatos, possibilitando, assim um *approach*³ direto facilitado com os proprietários.

³ Termo em inglês que se compreende por “aproximação”, utilizado muito em assuntos comerciais.

O questionário possui uma limitação frente a definição de risco no quesito preferencias de aquisições via leilões ou diretamente com proprietários, pois não foi mensurado o motivo da escolha da opção de compra por parte do criador. Sendo assim a avaliação do risco foi configurada de acordo com os dados obtidos a partir das preferencias dos criadores.

É possível inferir, porém, que no tocante a política de risco, dada a análise feita acima, os criadores experientes no mercado tem suas preferências voltadas para a aquisição diretamente com proprietários, implicando, dessa maneira, à um risco sub-ótimo ocorrendo, uma vez que há a possibilidade de em um leilão arriscar-se mais pela compra de um animal, que por ventura não está sendo negociado através de venda direta. A otimização do risco vem no sentido de nortear criadores experientes a direcionarem um pouco mais suas compras/vendas para leilões.

Com base na Figura 13, para criadores com mais de 20 anos de criação, 77% destes mostraram-se aptos pela aquisição de animais adultos, ao passo que os restantes 23% foram destinados a preferencias à aquisição de embriões. Dado o momento de criação destes associados, o nível de risco encontra-se em um patamar sub-ótimo, uma vez que a estes criadores estão correndo riscos insuficientes, sendo que otimização deste risco levaria ao criador experiente optar pela tentativa de adquirir um embrião sendo possível estar produzindo um animal melhor, com características mais apuradas e possivelmente com um preço superior para comercialização. A recompensa deste risco viria no prêmio pela espera, pois criar um cavalo desde seu nascimento, o qual seria o caso da aquisição de um embrião, custa tempo, e expertise de criação.

Neste caso, novos criadores estariam seguindo um patamar ótimo de risco, pois como estão apenas entrando no setor, o ideal não é se expor ao risco.

6.2.3 Estratégias de Criação a Partir da Política de Risco

Considerando a política de risco, apresentada no item anterior, para a aquisição de produtos, este estudo aconselha novos criadores a manterem um equilíbrio entre a comercialização em leilão e venda direta, porém reservando a maior parte das aquisições em leilões, visando uma otimização do risco tomado. O mesmo ocorre para criadores existentes no mercado há mais de 20 anos, pois este movimento segue a política ótima de risco.

No tocante aos produtos a serem adquiridos, a política de risco indica que novos criadores mantenham a maioria de suas compras em cavalos adultos inicialmente, pois assim

estarão correndo um menor risco, não comprometendo assim o investimento realizado. Já para criadores mais experientes, a indicação vai no sentido de se aventurarem mais ao risco, de forma a adquirir embriões e formarem um campeão desde o “berço.”

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A crescente evolução do ramo de criação de cavalos no Brasil vem gerando um movimento financeiro notável, e para que isto ocorra de maneira eficiente por parte dos criadores, passa à haver cada vez mais uma complexidade da forma de criação, seja na elaboração de estratégias, na contratação de pessoal qualificado, no cruzamento assertivo de animais e no bom gerenciamento de seus respectivos haras.

Conforme a entrada de novos criadores passa a ocorrer, consequentemente passam a haver uma maior quantidade de produtos sendo comercializados e portanto uma maior concorrência no setor passa a existir.

O resultado obtido neste estudo através do levantamento de dados, permitiu determinar variáveis nas quais a criação de cavalos deve se pautar para atingir um grau de excelência, buscando uma maior valorização dos produtos comercializados, e na determinação de um perfil frente ao risco existente por parte dos criadores. Conselhos para a execução de estratégias foram fornecidos no intuito de auxiliar este grande número de novos associados na Associação Brasileira de Criadores de Cavalo Mangalarga Marchador no Brasil.

REFERÊNCIAS

BEINHOCKER, E. D. Estratégias adaptativas consistentes. CUSOMANO, M. A.; MARKIDES, C. C. **Pensamento Estratégico**. Rio de Janeiro: Campus, 2002, pg. 133-155.

CNA - CONFEDERAÇÃO DA AGRICULTURA E PECUÁRIA DO BRASIL (Brasília). **Estudo do Complexo do Agronegócio Cavalo**. 2004. Disponível em: <http://cepea.esalq.usp.br/pdf/cavalo_resumo.pdf>. Acesso em: 22 abr. 2014.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

GUERRA, Pio; MEDEIROS, Sidney Almeida Filgueira de. **CAVALO: VELOCIDADE DE R\$ 7,3 BI POR ANO**. São Paulo. 2006. Disponível em: <http://www.agroanalysis.com.br/materia_detalhe.php?idMateria=114>. Acesso em: 23 abr. 2014.

KAHNEMAN, Daniel. **Rápido e Devagar**: Duas Formas de Pensar. Rio de Janeiro: Objetiva Ltda, 2011.

MANGALARGA MARCHADOR: Revista Oficial da ABCCMM. Belo Horizonte: Abccmm, v. 78, dez. 2013.

MANGALARGA MARCHADOR: Revista Oficial da ABCCMM. Belo Horizonte: Abccmm, v. 79, abr. 2014.

MANGALARGA MARCHADOR: Revista Oficial da ABCCMM. Belo Horizonte: Abccmm, v. 80, jul. 2014.

MORFOLOGIA do Cavalo. 2008. Disponível em: <<http://alentrems.omeuforum.net/t8-morfologia-do-cavalo>>. Acesso em: 04 nov. 2014.

PAIVA, Fabiana Silva. **O processo de decisão sob a perspectiva da economia comportamental e da neurociência**. 2013. 95 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Administração e Contabilidade, Instituto Superior de Contabilidade e Administração de Lisboa, Lisboa, 2013. Disponível em: <http://repositorio.ipl.pt/bitstream/10400.21/2421/1/Dissertação_Fabiana_Paiva_VFinal.pdf>. Acesso em: 12 maio 2014.

SELLTIZ, Claire et al. **Métodos de pesquisa nas relações sociais**. São Paulo: Herder, 1967.

VENTUROLI, Eduardo; NICOLINI, Lúcio. **Garanhões**: Mangalarga Marchador. 4. ed. Belo Horizonte: Nova Top Editora e Publicidade, 2011. 650 p.